

PAPERS DO AEA

376

Os “estrangeiros” no contexto do turismo como fenômeno social e o capital social

**Sandra Maria Sousa da Silva
Luciana Gonçalves de Carvalho
Sílvio José de Lima Figueiredo**

Setembro de 2017
Belém



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ

Reitor

Emmanuel Zagury Tourinho

Vice reitor

Gilmar Pereira da Silva

Pró reitor de Pesquisa e Pós graduação

Rômulo Simões Angélica



NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS

Diretor

Durbens Martins Nascimento

Diretor Adjunto

Silvio José de Lima Figueiredo

CONSELHO EDITORIAL DO NAEA

Presidente

Durbens Martins Nascimento

Vice-Presidente

Silvio José de Lima Figueiredo

Ana Lúcia Prado Reis dos Santos

Edna Ramos de Castro

Lairson Barbosa da Costa

Mirleide Chaa Bahia

Nírvia Ravena

Simaia do Socorro Sales das Mercês

EDITOR

Silvio José de Lima Figueiredo (NAEA/UFPA)

PRODUÇÃO EDITORIAL

Roseany Caxias (UFPA)

COMISSÃO EDITORIAL

Anita Simis (UNESP)

Claudia de Barros e Azevedo Ramos (NAEA/UFPA)

Danilo Araújo Fernandes (UFPA)

Dilma Brasileiro (UEPB)

Durbens Martins Nascimento (NAEA/UFPA)

Elis Miranda (UFF)

Edna Maria Ramos de Castro (NAEA/UFPA)

Fábio Carlos da Silva (NAEA/UFPA)

Francisco de Assis Costa (NAEA/UFPA)

Francisco Fransualdo de Azevedo (UFRN)

José Luciano Albino Barbosa (UEPB)

Luis Eduardo Aragón Vaca (NAEA/UFPA)

Maria Goretti Tavares (UFPA)

Maria Manuel Baptista (Universidade de Aveiro)

Marjo de Theije (CEDLA - University Amsterdam)

Nírvia Ravena (NAEA/UFPA)

Oriana Trindade de Almeida (NAEA/UFPA)

Ponciana Freire de Aguiar (NAEA/UFPA)

Raimundo Heraldo Maués (UFPA)

Saintclair Trindade Jr. (NAEA/UFPA)

Silvio Lima Figueiredo (NAEA/UFPA)

Dr. Wilker Nóbrega (UFRN)

PAPERS DO NAEA

E mail: papers_naea@ufpa.br

Telefone: (91) 3201 8521

PAPER 376

Recebido em agosto de 2017

Aceito para publicação em setembro de 2017

Revisão de Língua Portuguesa de responsabilidade do autor

Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) é uma instituição de Pós Graduação vinculada à Universidade Federal do Pará, fundada em 1973 com o objetivo de estimular e produzir projetos de pesquisa sobre a Pan Amazônia.

Tem como objetivos fundamentais o **ensino** em nível de pós graduação, visando em particular, a identificação, descrição, análise, interpretação e solução dos problemas regionais amazônicos; a **pesquisa** e a **extensão**, notadamente em assuntos de natureza sócio econômica relacionados com a região; e a **informação**, através da coleta, elaboração, processamento e divulgação dos conhecimentos científicos e técnicos disponíveis sobre a região.

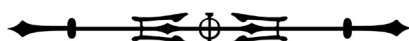
Desenvolve seus trabalhos priorizando a interação entre as atividades de ensino e pesquisa, por meio de ferramentas de planejamento, de elaboração de projetos, no âmbito das modalidades de gestão.

As atividades de ensino estão organizadas no Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido (PPGDSTU), que integra os níveis Doutorado e Mestrado, no Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública (PPGGP), com um mestrado, e no Programa de Pós Graduação Lato Sensu, no nível de Especialização.

Baseado no princípio da interdisciplinaridade, realiza seus cursos de acordo com uma metodologia que abrange a observação dos processos sociais, numa perspectiva voltada à sustentabilidade e ao desenvolvimento regional.

Os “estrangeiros” no contexto do turismo como fenômeno social e o capital social

Sandra Maria Sousa da Silva¹
Luciana Gonçalves de Carvalho²
Silvio José de Lima Figueiredo³



RESUMO: É na compreensão do turismo como fenômeno social que este artigo tem como objetivo colaborar para uma reflexão acerca de uma das dinâmicas que ocorre em um espaço turístico, o estabelecimento dos viajantes e turistas neste espaço. Para tal, utilizamos como orientação os trabalhos desenvolvidos por Simmel (1983, 2005) sobre estrangeiros e a contribuição do pensamento de capital social de Putnam (1996) e Fukuyama (1996), bem como alguns relatos dos entrevistados (viajantes/turistas que se tornaram moradores) em pesquisa de campo na vila de Alter do Chão, localizada no município de Santarém, estado do Pará. Com a chegada de turistas e viajantes, alguns fatos nortearam algumas discussões para compreender como esses novos estrangeiros podem contribuir para o desenvolvimento do turismo a partir do fortalecimento do capital social local.

Palavras-chave: Turista. Viajante. Fenômeno Social.

1 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação Sociedade, Natureza e Desenvolvimento (PPGSND) pela Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA), onde atua como docente.

2 Doutora em Sociologia e Antropologia e docente da Universidade Federal do Oeste do Pará.

3 Doutor em Ciências da Comunicação. Docente do Núcleo do Altos Estudos Amazônicos/Universidade Federal do Pará.

ABSTRACT: It is in the understanding of tourism as a social phenomenon that this article aims to collaborate for a reflection about one of the dynamics that occurs in a tourist space, the establishment of travelers and tourists at this space. For this end, we use the work developed by Simmel (1983, 2005) on foreigners and the contribution of Putnam's (1996) and Fukuyama (1996) social capital thinking, as well as some reports of the interviewees (travelers / tourists who became in the village of Alter do Chão, located in the municipality of Santarém, in the state of Pará. With the arrival of tourists and travelers, some facts have guided some discussions to understand how these new foreigners can contribute to the strengthening development of tourism of local social capital.

Keywords: Tourist. Traveler. Social Phenomenon.

INTRODUÇÃO

Características naturais e culturais bastante diversificadas produzem, em determinadas localidades, atrativos que motivam o fluxo constante de pessoas interessadas em visitá-las, conhecê-las ou vivenciá-las temporariamente, como prática turística. Alguns desses visitantes ou turistas, porém, acabam se estabelecendo nessas localidades, motivados por oportunidades econômicas (oportunidade de se empregar ou empreender um negócio próprio, por exemplo), tranquilidade e qualidade de vida no local, entre outras. Assim, a fixação desses sujeitos nos locais antes visitados, agora como residentes, proporciona a convivência continuada entre indivíduos e grupos diferenciados nos planos social e cultural, desdobrando-se, frequentemente, em novas formas de relação e interação humana na localidade turística.

Para Figueiredo (2016), o encontro entre culturas é a principal motivação do turismo. Portanto, deve-se entendê-lo como um fenômeno social impulsionado por pessoas, uma prática que se origina na possibilidade de estabelecimento de trocas, comunicações e relações humanas diferenciadas daquelas que caracterizam a vida cotidiana. Para compreensão de todas as implicações desse fenômeno social complexo, Moesch (2013) adverte que é importante se ater também aos papéis dos sujeitos consumidores e produtores envolvidos nas relações turísticas. Figueiredo e Nóbrega (2015), contudo, preferem conceber tais sujeitos não como consumidores, mas sim como atores sociais em situações de encontro e convívio orientado para trocas, e desse modo amplia o sentido do turismo para além do enquadramento mercadológico.

Compreendendo que a própria concepção do objeto turístico, tratado como fenômeno social complexo, impõe considerar o sujeito do processo turístico, é que se propõe neste artigo contribuir para uma reflexão acerca das dinâmicas que envolvem o estabelecimento de “estrangeiros” em localidades turísticas. Sobre a noção de “estrangeiro”, vem de Simmel (1983, p. 182) a inspiração adotada neste estudo:

Se viajar é a liberação de qualquer ponto definido no espaço, e é assim a oposição conceitual à fixação nesse ponto, a forma sociológica do “estrangeiro” apresenta, por assim dizer, a unificação dessas duas características [...]. É desse modo que se discute o estrangeiro aqui e não no sentido em que muitas vezes no passado se tocou neste assunto, considerando o viajante que chega hoje e parte amanhã, porém mais no sentido de uma pessoa que chega hoje e amanhã fica [...]. Fixou-se em um grupo espacial particular, ou em um grupo cujos limites são semelhantes aos limites espaciais. Mas sua posição no grupo é determinada, essencialmente, pelo fato de não pertencido a ele desde o começo, pelo fato de ter introduzido qualidades que não se originaram nem poderiam se originar no próprio grupo.

O estudo se deu na vila de Alter do Chão, localizada no município de Santarém, no oeste do estado do Pará, região norte do Brasil. Além de ser uma localidade turística projetada no plano nacional e internacional, intensamente frequentada ao longo de todo o ano, Alter do Chão também tem sido escolhida como residência e domicílio por um número considerável de turistas e viajantes, ora considerados “estrangeiros”. A partir dessa constatação, interessa compreender se e como esses “estrangeiros” e novos moradores podem contribuir para o desenvolvimento do turismo a partir do fortalecimento do capital social local, estimulando, assim, o elo de aproximação entre

os diferentes estilos de vida e culturas, bem como favorecimentos econômicos para grupos distintos naquela localidade.

O público alvo do estudo, portanto, são pessoas que: chegaram a Alter do Chão como turistas ou viajantes, tendo posteriormente fixado residência no local, e, devido a suas atividades, mantêm contato direto com turistas ou viajantes. Em levantamento de campo tivemos informações acerca de oito pessoas com esse perfil, dentre as quais seis se propuseram a participar desta pesquisa. Com elas foi aplicado um questionário contendo perguntas abertas e fechadas, as quais permitiriam obter dados para refletir sobre a categoria capital social, tendo como base os estudos de Putnam (1996), Fukuyama (1996), Banco Mundial (2001) e Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (2013). As variáveis analisadas estão relacionadas ao comportamento dessas pessoas em relação ao engajamento cívico, à confiança e ao apoio às redes locais.

O objetivo desse artigo é analisar o turismo como fenômeno social a partir do entendimento de estrangeiros e capital social, pois partimos do princípio da importância da contribuição dos turistas e viajantes no desenvolvimento do turismo de uma localidade que chegam nessa condição e estabelecem-se como moradores e carregam consigo características que podem ajudar no fortalecimento do capital social local, e consequentemente no fortalecimento do turismo.

TURISMO COMO FENÔMENO SOCIAL

Segundo Carvalho e Moesch (2013), a preocupação em conceituar o turismo não é exclusiva de pesquisadores da área acadêmica. Por ser uma prática social com potencial econômico, o mercado também produz conceitos com a intenção de explicar e ordenar esse fenômeno.

Conforme essas autoras, diversos estudos basearam-se em ciências, especialmente aquelas voltadas para a área econômica, a fim de investigar a relevância do turismo; entretanto, as metodologias econométricas foram insuficientes para explicá-lo como fenômeno social. Em regra, o fenômeno turístico obteve tratamento reducionista, objetividade absoluta para definições, gerando um saber turístico mercantilizado e facetado, no qual a análise se deteve nas partes, isoladas do todo. Em suma, não se observou a complexidade do fenômeno turístico, permanecendo na superfície da investigação de sua episteme, restringindo-se assim a uma concepção funcionalista (CARVALHO, MOESCH, 2013).

Na apreciação de Barreto (2003), analisar o turismo exclusivamente a partir dos paradigmas econômicos leva ao esquecimento da sua dimensão antropológica e leva a enxergar os turistas não como pessoas, mas como simples portadores de dinheiro. Contudo, tratar o turismo somente a partir da dimensão socioantropológica e ambiental leva ao esquecimento das suas derivações no plano econômico, o que pode levar a uma visão romântica deslocada das atuais condições históricas.

Moesch (2013, p.13) propõe uma ruptura epistemológica nas concepções deterministas de turismo até então consagradas. Para isso, Pinto e Moesch (2005) destacam que, para o desenvolvimento de uma nova teoria do turismo, é importante que as concepções no campo rompam a lógica econômica, na qual o objeto é um produto originado de uma “indústria sem chaminé” para uma lógica mais humana, na qual o sujeito é o objeto central desse fenômeno:

“o turismo é um fenômeno social, multidisciplinar e interdisciplinar que envolve inúmeras faces de vivências humanas, desencadeando diversas atividades no campo objetivo” (PINTO e MOESCH, 2005, p. 3). É um fenômeno dinâmico, real, postulado no cotidiano de milhões de sujeitos, e surge em uma história da sociedade humana, como prática social (MOESCH, 2002).

De acordo com Barreto (2003, p. 21) “o turismo é uma atividade realizada pelos homens em sociedade. Não podemos pensar no conceito de turismo se pensarmos num homem isolado”. Para Xavier (2006), sendo o turismo considerado um fenômeno social, o seu crescimento deve-se à necessidade de conhecer e encontrar pessoas de diferentes culturas.

O turismo encontra-se ligado às culturas, segundo Moesch e Beni (2015), pois o ato de receber um visitante é enraizado no código da tradição. E o ato de encontrar pessoas passa pelo sujeito turístico que, em sua transumância, se move e comunica seus desejos mais íntimos, em processos objetivos de fluxos (deslocamento/viagem/transporte), de fixos (estada, hospedagem, alimentação, acolhimento e segurança), e de prazer (o encontro cultural, a diversão) que só se estabelece se houver o encontro possibilitado pela hospitalidade.

TURISTAS, VIAJANTES, ESTRANGEIROS E CAPITAL SOCIAL

Partindo da concepção do fenômeno turístico como um fenômeno social, torna-se importante a abordagem de duas categorias que estão diretamente relacionadas com essa prática social: turistas e viajantes.

No que se refere ao conceito de turista, a primeira definição oficial, normativa, conforme Cunha (2010) e Bernardo (2013), surge em 1937, no âmbito da Sociedade das Nações (SDN) para ajudar no estabelecimento de comparações em matéria de estatísticas internacionais. Assim sendo, o termo turista passou a aplicar-se a todas as pessoas viajando por uma duração de 24 horas ou mais num país diferente daquele onde tem a sua residência habitual.

Cunha (2010, p. 4) também relata que a Comissão de Estatísticas da ONU, substituindo a SDN em 1953, decidiu introduzir o termo “visitante” com a seguinte definição: “não residente tendo a intenção de permanecer no país durante um ano no máximo, sem aí exercer uma profissão remunerada”. O autor expõe que no decorrer dos anos, várias outras definições de turista foram estabelecidas ou alteradas em convenções, conferências, comissões estatísticas etc.

A partir da Conferência das Nações Unidas sobre o comércio e o desenvolvimento (CNUCED) realizada em 1971, as definições de turista recomendadas pela União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (IUOTO) passaram a ser utilizadas, em que o termo visitante se mantinha, com as suas subdivisões em (CUNHA, 2010, p. 5):

Turistas: os visitantes que permanecem mais de 24 horas ou os que passam pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento no país visitado e cujos motivos de viagem podem ser agrupados em: i) Lazer (diversões, férias, saúde, estudos, religião e desportos); ii) Negócios, família, missão, reunião. Excursionista ou visitante do dia: visitantes que permanecem menos de 24 horas no país visitado ou aí não passam uma noite num estabelecimento de alojamento.

O termo visitante e seus derivados, turista e excursionista, eram reservados exclusivamente aos deslocamentos a um país por parte dos residentes de outro país, isto é, os

deslocamentos internacionais. Portanto, só era considerado visitante e, consequentemente turista, quem se deslocasse ao estrangeiro, e o turismo identificava-se com os movimentos internacionais (NEVES, 2012).

Reconheceu-se, todavia a necessidade de adaptar a definição de forma a abranger, na concepção de visitante, os deslocamentos realizados no próprio país, ou seja, o turismo interno (NEVES, 2012). Neste sentido, em 1983, a OMT, substituindo a de IUOTO, integrou à definição de turismo “os visitantes nacionais”, ou seja, o turismo doméstico (CUNHA, 2010).

Sendo assim, a OMT (2003, p. 20-21) definiu turista como:

- Visitante Internacional: qualquer pessoa que viaje para um país no qual não possua residência usual e que esteja fora de seu ambiente normal, por um período que não ultrapasse 12 meses, e cujo objetivo principal da visita não seja o exercício de uma atividade remunerada dentro do país visitado;
- Visitante doméstico: qualquer pessoa que resida em um país e viaje para um lugar dentro dos limites do território e fora de seu ambiente usual, por um período que não ultrapasse 12 meses, e cujo objetivo principal da visita não seja o exercício de uma atividade remunerada no local visitado;
- Visitante de pernoite: qualquer visitante que permaneça, no mínimo, uma noite em acomodações coletivas ou privadas no local visitado;
- Visitante de um dia: qualquer visitante que não pernoite em acomodações coletivas ou privadas no local visitado.

Cunha (2010) registra que o caminho percorrido nos estudos do turismo originou importantes diferenças conceituais baseadas nos motivos (fins) da viagem, na duração da viagem, na origem dos visitantes, nos territórios visitados, na utilização dos meios de alojamento e na atividade não remunerada. Esse autor argumenta que as atuais conceituações continuam a suscitar questões controversas, em particular no que se refere ao ambiente habitual e à passagem de uma noite num alojamento turístico, exemplificando situações como: pessoas que se deslocam a cada dia ou semana entre a sua casa e o local de trabalho ou de estudo (dimensão frequência), bem como para locais próximos da sua residência (dimensão distância); residentes de um país em locais próximos da fronteira de outro país e outras situações significativas que ocorrem com frequência.

Moesch e Beni (2015) afirmam que, ao estudar o turismo como realidade humana, categorias fundantes de um fenômeno social contemporâneo como tempo, espaço, diversão, economia, tecnologia, imaginário, comunicação, diversão e ideologia são fundamentais na sua compreensão, em que o protagonista é o sujeito.

Para que haja o encontro entre os turistas, viajantes e comunidade receptora, no sentido de relação e interação, o ato de viajar é imprescindível. Figueiredo e Ruschmann (2004) relatam que viajar não é supérfluo, pois a viagem proporciona uma vida melhor, curando, combatendo o stress cotidiano, além de oferecer a possibilidade de se vivenciar experiências únicas, bem como educar o viajante/turista e modificar sua percepção da vida. A viagem também é importante na sua forma básica de deslocamento. O percurso tem valor e o caminho é rico, é prazeroso.

Krippendorff (2009, p.34) afirma que “o lazer e, sobretudo, as viagens pintam manchas coloridas na tela cinzenta da existência. Eles devem reconstituir, recriar o homem, curar e sustentar o corpo e a alma, proporcionar uma fonte de forças vitais e trazer um sentido à

vida". Porém, com base em pesquisas relacionadas às motivações das pessoas para viajar, enfatiza a viagem se dá mais pelo desejo de deixar alguma coisa do que pelo desejo de ir para alguma coisa. Ou seja, o fato de escapar da vida cotidiana desempenha um papel muito mais importante do que o interesse pelas regiões e populações visitadas. Ainda, o autor sustenta que as motivações e os comportamentos dos viajantes são fortemente centrados no ego.

"A experiência da viagem é importante para o ser humano, pois se configura como um momento sagrado, de transformação, de encontro com o próprio eu, de descoberta da diversidade e da identidade" (FIGUEIREDO, RUSCHMANN, 2004, p. 179). Porém, Figueiredo (2010) argumenta que os viajantes não agem somente sobre si próprios, mas provocam inquietações por onde passam, criando uma distância daquilo que deixaram para trás. Aqueles que partiram são estrangeiros permanentes.

Simmel (1983) assinala que viajar é a liberação de qualquer ponto definido no espaço, e que o viajante potencial se revela na forma sociológica do "estrangeiro", isto é, aquele "que chega hoje e amanhã fica". Para o autor, esse é o viajante potencial, pois embora não tenha partido, ainda não superou completamente a liberdade de ir e vir.

Ser estrangeiro é uma forma específica de interação e a condição de estrangeiro significa que esse sujeito sociológico, que também está distante, na verdade está próximo. Assim como o indigente e as variadas espécies de "inimigos internos", o estrangeiro é um elemento do próprio grupo. São elementos que se, de um lado, são imanentes e têm uma posição de membros, por outro lado estão fora dele e o confrontam. Essa posição do estrangeiro aparece de forma mais nítida se ele se estabelece no local de sua atividade, em vez de sair de novo (SIMMEL, 1983).

Ao considerar o turismo como fenômeno social e todas as relações e interações que são estabelecidas entre moradores com os turistas ou viajantes no espaço turístico é pertinente uma análise mais complexa do fenômeno turístico, considerando o viajante ou estrangeiro no entendimento de Simmel, ou o turista nas várias vertentes de concepções sobre esse sujeito que se desloca. Muitas vezes é aquele que visita um lugar turístico, gosta e que acaba se estabelecendo na localidade, constituindo-se assim como um novo morador, agregando-se àquele meio social.

Neste artigo, aqui apresentado sobre o turismo como fenômeno social, abordaremos a compreensão de que este fenômeno pode ser um elo de uma nova dinâmica de fluxo de pessoas ora somente de passagem, ora fixos, pelas próprias condições, seja ambiental, social ou econômica que o lugar proporciona. Também, importa analisar as contribuições desses estrangeiros sob a ótica do capital social. Este é o caso da comunidade de Alter do Chão, localizada no município de Santarém, estado do Pará, e os turistas e viajantes que ali se estabeleceram.

Para Putnam (1996, p. 186) capital social diz respeito a características da organização social, como confiança, normas ou regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica: "As regras de reciprocidade generalizada e os sistemas de participação cívica estimulam a cooperação e a confiança social porque reduzem os incentivos a transgredir, diminuem a incerteza e fornecem modelos para a cooperação futura". Para esse autor:

Os estoques de capital social, como confiança, normas e sistemas de participação cívica, tendem a ser cumulativos e a reforçar-se mutuamente. Os círculos virtuosos redundam em equilíbrios sociais com elevados níveis de cooperação, confiança,

reciprocidade, civismo e bem-estar coletivo. Eis as características que definem a comunidade cívica. Por outro lado, a inexistência dessas características na comunidade não-cívica também é algo que tende a auto-reforçar-se. A deserção, a desconfiança, a omissão, a exploração, o isolamento, a desordem e a estagnação intensificam-se reciprocamente numa miasma sufocante de círculos viciosos. Tal argumentação sugere que deve haver pelo menos dois equilíbrios gerais para os quais todas as sociedades que enfrentam os problemas da ação coletiva (ou seja, todas as sociedades) tendem a evoluir e que, uma vez atingidos, tendem a auto-reforçar-se (PUTNAM, 1996, p. 186-187).

Putnan (1996) reforça que uma característica específica do capital social é que ele normalmente constitui um bem público, ao contrário do capital convencional, que normalmente é um bem privado.

Para Coleman (1990), o capital social é definido por sua função. Não é uma entidade única, mas uma variedade de entidades diferentes. Como outras formas de capital, o capital social é produtivo, possibilitando a realização de certos fins que não seriam alcançáveis na sua ausência. Segundo o autor, o capital social é criado quando as relações entre as pessoas mudam de maneira que facilitam a ação. Distinguindo entre capital físico, humano e social, ele afirma que o capital físico é totalmente tangível, sendo incorporado em forma de material observável; o capital humano é menos tangível, sendo incorporado nas habilidades e conhecimentos adquiridos por um indivíduo; e o capital social é ainda menos tangível, pois está incorporado nas relações entre as pessoas: “Por ser um atributo da estrutura social em que se insere o indivíduo, o capital social não é propriedade particular de nenhuma das pessoas que dele se beneficiam” (COLEMAN, 1990, p. 315).

O capital social, para Fukuyama (1996, p. 41) “é uma capacidade que decorre da prevalência de confiança numa sociedade ou em certas partes dessa sociedade. Pode estar incorporada no menor e mais fundamental grupo social, a família, assim como no maior de todos os grupos, a nação, e em todos os demais grupos intermediários”. O referido autor conclui que esse tipo de capital difere de outras formas de capital humano na medida em que é criado e transmitido por manifestações culturais como religião, tradições e hábitos históricos.

O capital social não é distribuído uniformemente entre as sociedades, pois algumas mostram uma propensão à associação mais acentuada do que outras, e mesmo as formas de associação diferem. Em algumas, a família e o parentesco são a forma primária de associação; em outras, associações voluntárias são muito mais fortes e servem para desligar as pessoas de suas famílias, como por exemplo a converção religiosa que muitas vezes induz as pessoas a deixarem sua família para atendimento a uma nova seita religiosa, ou atribui-lhes novos deveres que competem com suas obrigações para com suas famílias (FUKUYAMA, 1996).

O capital social não pode ser adquirido simplesmente por indivíduos agindo por conta própria. Ele é baseado no predomínio de virtudes sociais e não apenas individuais. A propensão à sociedade é muito mais difícil de adquirir do que outras formas de capital humano, mas por ser baseado em hábito ético, também é muito mais difícil de ser modificada ou destruída (FUKUYAMA, 1996, p. 42).

Para o Banco Mundial (2001, p. 4), “o capital social de uma sociedade inclui as instituições, os relacionamentos, as atitudes e os valores que governam as interações entre as pessoas e contribuem para o desenvolvimento econômico e social”, e exhibe uma série de características que o distinguem de outras formas de capital. Ao contrário do capital físico, mas, como o capital humano, o capital social pode se acumular como resultado do seu uso, ou seja, o

capital social é tanto um insumo quanto um resultado de ação coletiva. Na medida em que as interações sociais são delineadas para produzir um resultado mutuamente benéfico, a quantidade ou a qualidade dessas interações provavelmente aumentará. Criar e ativar capital social requer pelo menos duas pessoas. Em outras palavras, o capital social tem boas características públicas que têm implicações diretas para a otimização do seu nível de produção (BANCO MUNDIAL, 2001).

Buscando analisar os dados obtidos em campo, na vila de Alter do Chão, no que se refere aos novos estrangeiros (agora moradores) e o capital social no contexto do fenômeno turístico temos como resultado os dados expostos na seção seguinte.

NOVOS ESTRANGEIROS NA VILA DE ALTER DO CHÃO E CAPITAL SOCIAL

Alter do Chão é um distrito de Santarém, na região oeste do estado do Pará, que tinha 3.422 habitantes no ano de 2015, conforme informações do Posto de Saúde local. Funciona como uma vila balneária de Santarém, que se destaca no segmento do turismo por apresentar boas condições de acesso durante todos os meses do ano e localização privilegiada, a apenas 27 km de distância da sede municipal, por via terrestre. Alter do Chão fica precisamente na margem direita do rio Tapajós, na confluência deste rio com o Lago Verde.

Por suas características naturais, muitos são os turistas, viajantes, pessoas de localidades próximas, que chegam à vila de Alter do Chão para uma estada temporária ou por motivos familiares. Dentre eles, alguns se identificam com as particularidades do lugar, seja pelo próprio ambiente natural ou pelas oportunidades econômicas promovidas pelo movimento do turismo ou por outros fatores, e acabam fixando residência na localidade.

Dentre os turistas e viajantes que fizeram da Vila sua nova residência e do turismo local o meio de ganhar dinheiro, encontram-se pessoas vendendo artesanato, administrando alojamentos alternativos e restaurante. Há também pessoas que trabalham como educadores ambientais, desenvolvendo atividades que, de uma maneira ou de outra, proporcionam contatos com viajantes e turistas.

Junto a um grupo de pessoas com esse perfil, procuramos compreender se e como esses estrangeiros e novos moradores de Alter do Chão contribuem para o fortalecimento do capital social local e, conseqüentemente, para o fortalecimento do turismo na vila.

Para o processo de levantamento das informações e obtenção dos dados utilizou-se um questionário, compreendendo questões abertas e fechadas sobre a categoria capital social, tendo como base os estudos de Putnam (1996), Fukuyama (1996), Banco Mundial (2001) e OECD (2013). As variáveis analisadas estão relacionadas a aspectos como engajamento cívico, confiança e apoio às redes. As questões fechadas ou com alternativas fixas, de acordo com Dencker (1998), são aquelas que limitam as respostas às alternativas apresentadas. Algumas questões apresentam duas alternativas (sim e não) ou várias. No que se refere ao caso de duas alternativas, as perguntas são denominadas dicotômicas. Para outras questões fechadas utilizou-se a escala de Likert, com a escala de 5 níveis.

A coleta dos dados foi realizada no período de 28 de fevereiro a 10 de março de 2017, no qual foi possível conhecer a opinião de seis dos oito sujeitos indicados com perfil para

nosso estudo. Duas pessoas não retornaram com os questionários, mesmo depois de várias tentativas.

Foi utilizada a amostragem não probabilística por conveniência ou acessibilidade. Este processo, segundo Gil (2008, p. 94) “constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem. Por isso mesmo é destituída de qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo”. No caso dos novos estrangeiros, agora moradores de Alter do Chão, os elementos foram selecionados a partir de informações obtidas com os moradores nativos da Vila.

1) Informações Gerais dos Entrevistados

As principais ocupações dos entrevistados relacionam-se à produção de artesanato, empreendimentos de meio de hospedagem ou restaurante e educador ambiental.

O tempo de moradia na vila de cada sujeito pesquisado é de oito meses, um ano e quatro meses, dois anos, doze anos, nove anos e 36 anos. Os motivos que levaram os entrevistados a fixarem residência em Alter do Chão estão relacionados, principalmente, com a tranquilidade e a boa qualidade de vida da localidade, bem como por ser um “lugar bonito, rico de natureza”, “com povo humilde e acolhedor”, e por ser uma Vila com grande potencial de crescimento.

No que se refere ao povo acolhedor citado pelos entrevistados, a ideia remete à relação de trocas entre estrangeiros e moradores, e diz respeito aos rituais com que o morador nativo recebe viajante ou “estrangeiro”; e, mais tarde, esse mesmo estrangeiro tornado morador recebe os antigos anfitriões, agora em sua nova casa. Uma espécie de dádiva da hospitalidade, mas acima de tudo, uma transfiguração da dádiva em oferta de nova vida. Cabe ao viajante aceitá-la por um determinado período de tempo ou de forma definitiva (pelo menos inicialmente) (FIGUEIREDO, 2010).

Foi questionado aos entrevistados como se sentiam enquanto moradores de Alter do Chão, a respeito de sua integração ao local e sua relação com a comunidade. Os mesmos afirmaram que:

Muito feliz e privilegiado, Alter do Chão é um lugar onde ainda se pode andar sem medo. Quanto a me sentir integrado ao local, este é um desafio que temos que tratar com prioridade. A comunidade é acolhedora, prestando serviço coletivo (ENTREVISTADO A).

Sinto-me como mais um da comunidade, tenho filhos nascidos aqui, temos todos os comunitários como integrantes da minha família (ENTREVISTADO B).

Sinto-me integrada por poder participar de vários projetos do bairro, sejam culturais, musicais, educacionais, ambientais (ENTREVISTADO C).

Sinto bem integrado ao local. Sinto que para o trabalho de compostagem que realizo, o apoio da comunidade é fundamental (ENTREVISTADO D).

Sinto-me integrado e aceito, amo demais viver aqui, parece um sonho. Tenho muitos amigos, converso com diversas pessoas da comunidade e busco atuar em discussões importantes (ENTREVISTADO E).

Sinto-me muito bem aqui, conheço muita gente e participo dos movimentos e me preocupo com o futuro deste lugar (ENTREVISTADO F).

Simmel (2005) destaca que, na relação entre um membro do grupo e um "estrangeiro" ou "estranho", o que existe é um não-relacionamento. O estranho é sempre considerado como alguém de fora, como um não membro do grupo, portanto, as relações se dão a partir de um certo parâmetro de distanciamento objetivo, mas partindo das características essenciais de que também ele é membro de outro determinado grupo. Os contatos com ele são, ao mesmo tempo, estreitos e remotos, na fragmentação das relações por onde uma abstrata igualdade humana em geral se encontra.

O estrangeiro está próximo na medida em que sentimos traços comuns de natureza social, nacional, ocupacional, ou genericamente humana, entre ele e nós. Está distante na medida em que estes traços comuns se estendem para além dele ou para além de nós, e nos ligam apenas porque ligam muitíssimas pessoas (SIMMEL, 1983, p. 186).

No caso de uma pessoa estranha ao país, à cidade, à raça, etc., este elemento não-comum, todavia, não tem nada de individual, é meramente a condição de origem, que é ou poderia ser comum a muitos estrangeiros. Por isso, os estrangeiros não são realmente concebidos como indivíduos, mas como estranhos de um tipo particular; o elemento de distância não é menos geral em relação a eles que o elemento de proximidade (SIMMEL, 1983).

De acordo com Simmel (2005, p. 270), "o estrangeiro, o estranho ao grupo, é considerado e visto, enfim, como um não pertencente, mesmo que esse indivíduo seja um membro orgânico do grupo, cuja vida uniforme compreenda todos os condicionamentos particulares deste social".

Mesmo os entrevistados considerando-se integrados a Alter do Chão, são pertinentes as observações de Simmel quanto ao olhar do outro em relação ao "estrangeiro", "o de fora", pois se percebe uma distinção muito clara por parte dos moradores nascidos na Vila que se apresentam como moradores nativos. O próprio "estrangeiro", o "outro", também reforça essa distinção referindo-se àqueles como nativos.

As inquietações que os estrangeiros causam se dão principalmente pelo choque de mentalidades e práticas sociais, de ethos e cultura. Assim, o viajante precisa do rito de passagem. Ele precisa ocupar lugares na situação em que estará inserido, quer de forma efêmera quer de forma mais permanente. Segundo Van Gennep (1997), a chegada de estrangeiros em grande número tem como contraofensiva atos de reforço da coesão social. Para entender essa chegada, o autor enumera três fases após a chegada do estrangeiro: a primeira, uma fase preliminar de contato; a segunda, um período de margem, com troca de presentes e apresentação das acomodações para o estrangeiro; e uma terceira fase, na qual os ritos de agregação por fim se estabelecem para familiarizar o estrangeiro, dos quais a realização de refeições em comum são exemplo.

Embora existam ritos de partida, a segunda etapa da relação diz respeito à compreensão de que o estrangeiro será agora membro da comunidade, portanto ele precisa definir-se em papéis sociais. Segundo Figueiredo (2010), a busca pela identidade tem um movimento de partida (da Morada, momento de Saída), viagem (percurso – Ida), e chegada, seja um retorno ao ponto de origem (percurso – Volta) ou a chegada a um novo lugar (Chegada – Estada). A transformação da estada em permanência não altera o perigo inicial que o viajante estrangeiro representa.

2) Dados sobre Capital Social

2.1) Engajamento Cívico ou sistemas de participação cívica

O engajamento cívico enfoca a natureza e a extensão das atividades coletivas. Compreende as atividades por meio das quais as pessoas contribuem para a comunidade cívica e a vida comunitária, como voluntariado, participação política, associação de grupo e diferentes formas de ação na comunidade (OECD, 2013).

Putnam (1996) descreve que os sistemas de participação cívica são uma forma essencial de capital social, pois, quanto mais desenvolvidos forem esses sistemas numa comunidade, maior será a probabilidade de que seus cidadãos sejam capazes de cooperar em benefício mútuo.

No que diz respeito ao engajamento cívico ou sistemas de participação cívica, verificou-se que todos os seis entrevistados participam de alguma associação ou organização em Alter do Chão. São elas: Associação dos Artesãos e Vendedores de Alter do Chão; Associação de Bairro; Associação de Turismo Fluvial de Alter do Chão (Atufa); PermAlter: coletivo de ações ecológicas; Organização Matéria Natureza. Vale destacar que dois dos entrevistados participam de mais de uma associação/organização. Quanto à frequência nos últimos doze meses nas atividades dessas associações/organizações, cinco dos respondentes participaram regularmente e; um de vez em quando ao longo do ano. Esse resultado demonstra que há um compromisso dessas pessoas em contribuir com as discussões e atividades relacionadas ao local que escolheu para fixar residência.

Foi solicitado aos entrevistados que indicassem quais dessas ações nos últimos 12 meses realizou (Tabela 1).

Tabela 1 - Nos últimos doze meses, você fez alguma dessas ações?

Instituições/Representações avaliadas	Confio muito pouco	Confio pouco	Nem pouco, nem muito	Confio muito	Confio totalmente
	F	F	F	F	F
Conselho Comunitário	1	1	3	1	
Associações (Barraqueiros, Catraieiros, Lanchas, Artesanato)			1	5	
Agremiações dos Botos Tucuxi e Cor de Rosa	1	2	2	1	
Administração da Vila	2	2	1	1	
Membros do governo local, prefeitura, câmara de vereadores	3	2		1	
Outros empresários locais do turismo			2	3	1
Total de Respostas	7	7	9	12	1

Fonte: Elaborada pelos pesquisadores

Percebe-se que, mesmo a resposta anterior da maioria dos entrevistados quanto à confiança generalizada, afirmando que nunca é demais ter cuidado, quando se trata das instituições e representações de Alter do Chão, das associações ligadas ao turismo, bem como dos

empresários locais do turismo, a confiança é mais alta. Isso pode ser explicado pelo fato de que os entrevistados também estão inseridos no contexto de empreendedores do turismo, relacionando-se mais efetivamente com os seus pares.

Quanto à administração da vila, em quem metade dos entrevistados confia muito pouco e confia pouco, esse resultado pode estar relacionado ao fato de que este cargo é indicação do poder público municipal, no qual também se percebe que há baixo grau de confiança por parte dos entrevistados.

No que diz respeito à reciprocidade generalizada foi questionado aos entrevistados com que frequência as pessoas de Alter do Chão ajudam umas às outras. Somente um entrevistado afirmou que sempre as pessoas ajudam; quatro responderam que quase sempre ajudam e; um assegurou que algumas vezes ajudam. Mesmo não havendo sempre ajuda de umas pessoas para com as outras, existe consenso de que ocorre ajuda, podendo não ser de forma constante. Isso pode estar relacionado à regra de reciprocidade generalizada, “ajudo hoje para receber ajuda amanhã se assim o precisar”. Para Putnam (1996, p. 182) “as comunidades em que essa regra é obedecida têm melhores condições de coibir o oportunismo e solucionar os problemas da ação coletiva”.

Ainda com relação à reciprocidade generalizada, também foi questionado: “Você diria que, na maioria das vezes, as pessoas que trabalham com o turismo tentam ser úteis para o desenvolvimento local como um todo ou que elas estão procurando por si mesmas”? De acordo com três entrevistados as pessoas tentam ser mais úteis. Para os outros três respondentes, as pessoas principalmente cuidam de si mesmas. Quando se trata das relações e ajuda de pessoas envolvidas no turismo, percebemos uma divisão mais clara das opiniões dos entrevistados.

2.3) Apoio à Rede Social

O suporte ou apoio à rede social refere-se a uma variedade de diferentes tipos de assistência e vantagens facilitadas por laços sociais das pessoas. Existem muitos tipos diferentes de suporte que um indivíduo pode acessar através de suas redes. Esses incluem: Informação e aconselhamento (oportunidades de negócios, pesquisas de emprego, para uma decisão de vida, etc.); Suporte emocional (em caso de divórcio ou perda de um familiar, etc.); Apoio financeiro (ser capaz de emprestar uma determinada quantia de dinheiro em uma emergência, etc.); Ajuda prática (por exemplo, ajudar com tarefas domésticas, cuidados ou manutenção de casa, etc.); Suporte de material (por exemplo, recebendo uma casa, emprestando um carro, etc.) (OECD, 2013).

Os entrevistados foram questionados: “Com que frequência você se reúne com outras pessoas para conversarem sobre assuntos locais”? Dois entrevistados informaram que regularmente reúnem-se com outras pessoas para tratar assuntos locais. Porém, os demais o fazem de vez em quando, ao longo do ano.

Quanto à ajuda financeira, caso precisasse, para resolver algum problema relacionado às suas atividades profissionais, perguntamos se os entrevistados poderiam contar com os empresários de turismo de Alter do Chão. Duas pessoas responderam que, provavelmente, teriam essa ajuda, porém para três entrevistados, provavelmente, não teriam ajuda. Um entrevistado não soube responder.

A OECD (2013) relata que diferentes pessoas têm capacidades variáveis para aproveitar e lucrar com os recursos disponíveis em suas redes, dependendo de suas características e comportamentos individuais. Podemos supor que quanto mais envolvimento em redes sociais, mais possibilidade de fortalecer as conexões sociais das pessoas, e consequentemente, proporcionar a confiança e essa estimular a cooperação, tornando-se um círculo virtuoso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando refletimos sobre o turismo enquanto fenômeno social é pertinente considerar toda uma dinâmica complexa que ocorre, pois Moesch (2013) ressalta que o turismo é uma prática social que se dissemina de formas diferenciadas, a partir de subjetividades diversas e de vivências múltiplas dos sujeitos que as praticam, em um mundo cada vez mais globalizado.

Os sujeitos que praticam o turismo, ao fixar residência em uma localidade a que chegaram como turistas ou viajantes, carregam práticas sociais e capital social dinamizados por relações anteriores com outras pessoas em outros lugares.

Os sujeitos entrevistados nesta pesquisa chegaram a Alter do Chão como turistas e viajantes, estabeleceram-se como novos estrangeiros, interferindo na dinâmica do turismo, ou seja, criando hospedagens alternativas, restaurantes, artesanato e participando das instâncias de governança, efervescendo não só o turismo da comunidade como a própria comunidade a partir de suas relações sociais.

Portanto, os estrangeiros, transmutados em migrantes e por fins moradores de Alter do Chão, conseguem se estabelecer e sentem-se incorporados à comunidade pelo fato de, na sua maioria (cinco entrevistados), atuarem na principal atividade econômica e na prática social permanente do lugar, o turismo, e, no caso de um entrevistado, que por desenvolver ações como educador ambiental, de maneira indireta ou direta, acaba se relacionando com os turistas que ali chegam para visita.

Esses sujeitos atuam no turismo e se estabelecem como proprietários de empreendimentos, cooperativas e coletivos na área do turismo, contribuindo de maneira significativa para o reforço do capital social do grupo, a partir de suas inserções em associações e na dinâmica social local. Participam e apoiam ações relacionadas ao turismo local, contribuem para a comunidade e a vida comunitária através do voluntariado, cooperação, engajamento cívico, associações, etc., constituindo-se assim como fontes de capital social. Esse capital, sendo bem aproveitado pelos moradores nativos da Vila, pode contribuir de forma significativa para o fortalecimento, e consequentemente, para o desenvolvimento do turismo local.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANCO MUNDIAL (WORLD BANK). Understanding and measuring social capital: a synthesis of findings and recommendations from the social capital initiative. *Social Capital Initiative Working Paper* No. 24. Social Development Department Social Capital Working Paper Series, 2001. Disponível em: <http://siteresources.worldbank.org/intsocialcapital/Resources/Social-Capital-Initiative-Working-Paper-Series/sci-wps-24.pdf>. Acesso: 16/03/2018.

BARRETO, M. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29, outubro de 2003. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200002. Acesso em: 23/07/2016.

BERNARDO, E. *Uma Introdução ao Turismo* - Conceitos, classificações e tipologias. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia. Instituto Universitário de Lisboa. CIES e-Working Paper N.º 164/2013. Disponível em: http://cies.iscte-iul.pt/np4/?newsId=453&fileName=WP_CIES164_Bernardo.pdf. Acesso: 21/07/2016.

CARVALHO, M. S. de; MOESCH, M. M. Turismo como fenômeno social e suas implicações no espaço rural. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v. 6, n. 2, mai/jul-2013, pp.442-457. Disponível em: www.sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/view/439/463. Acesso: 23/07/2016.

COLEMAN, J. S. *Foundations of social theory*. The Belknap Press of Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts, and London, England, 1990. Disponível em: <https://sisphd.wikispaces.com/file/view/Coleman-Foundations+of+Social+Theory-ch+12.PDF>. Acesso: 13/03/18

CUNHA, L. *A Definição e o âmbito do turismo: um aprofundamento necessário*. Disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/665/A%20Defini%C3%83%C2%A7%C3%83%C2%A3o%20e%20o%20C3%83%E2%80%99Ambito%20do%20Turismo.pdf?sequence=1>. Acesso: 21/07/2016.

DENCKER, A. F. *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. 6ª ed. São Paulo: Futura, 1998.

FIGUEIREDO, S. L. *Viagens e Viajantes*. São Paulo: Annablume, 2010.

FIGUEIREDO, S. L.; RUSCHMANN, D. V. de M. Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. *Novos Cadernos NAEA* v. 7, n. 1, p. 155-188, jun. 2004, ISSN 1516-6481.

FIGUEIREDO, S. L. NOBREGA, W. R. M. Turismo e desenvolvimento regional: conceitos e políticas em um caso brasileiro. In: FIGUEIREDO, S. L.; AZEVEDO, F. F.; NOBREGA, W. R. M. (Org.). *Perspectivas contemporâneas de análise em turismo*. Belém: NAEA, 2015. p. 11-37.

FIGUEIREDO, S. L. *O campo e o habitus turístico*. Belém, NAEA, 2016.

FUKUYAMA, F. *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2008.

KRIPPENDORF, J. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. 3ª ed. ver. e ampliada. São Paulo: Aleph, 2009.

MOESCH, M. M. Para além das disciplinas: o desafio do próximo século. In: GASTAL, S.; BENI, M. C.; CASTROGIOVANNI, A. C. *Turismo investigação e crítica*. São Paulo: Contexto, 2002.

MOESCH, M. M. O lugar da experiência e da razão na origem do conhecimento do turismo. *Cenário*, Brasília, V.1, n.1, 08-28, Dez. 2013. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/9898/7245>. Acesso: 23/06/2016

MOESCH, M. M; BENI, M. C. *Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do turismo*. XII Seminário da Associação Nacional de pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR – 30 de setembro a 02 de outubro de 2015, Natal/RN.

NEVES, J. R. O. O Papel dos Eventos no Reforço da Atractividade Turística de Cabo Verde (O caso da cidade da Praia). Dissertação de Mestrado em Turismo pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, 2012. Disponível em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4454/1/2012.04.017_.pdf. Acesso: 04/04/2017.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). *Four interpretations of social capital: an agenda for measurement*. Statistics Directorate. STD/DOC, 2013. Disponível em: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/DOC\(2013\)6&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=STD/DOC(2013)6&docLanguage=En). Acesso: 20/02/2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PINTO, D. B.; MOESCH, M. M. *Práticas turísticas fundando novas teorias – o caso da linha turismo em Porto Alegre*. In: Seminário de pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 3., Caxias do Sul/RS, 2005. Disponível em: <http://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-praticas-turisticas.pdf>. Acesso: 23/06/2016.

PUTNAM, R. D. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

SIMMEL, G. *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

SIMMEL, G. *O estrangeiro*. Tradução KOURY, M. G. P. RBSE • Vol. 4 • nº 12 • dezembro de 2005 • ISSN 1676-8965 • 265. Disponível em: <http://paginas.cchla.ufpb.br/grem/SIMMEL.O%20estrangeiro.Trad.Koury.rbsede205.pdf>. Acesso: 27/02/2017.

VAN GENNEP, A. *Os ritos de passagem*. Petrópolis: Vozes, 1997.

XAVIER, A. C. O papel social do turismo. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 6, núm. 1, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/1154/115416201002.pdf>. Acesso: 22/06/2016.